

MEDIENINFORMATION

Wellness-Trends 2017

Trend: Essen ist das neue Yoga

Wellness geht auch durch den Magen. Essen wird immer mehr ein wesentlicher Faktor für einen gelungenen Wellness-Aufenthalt. So sagt auch knapp jeder Dritte (32,8 Prozent), dass das Essen vor allem lecker sein soll. Zu der perfekten Auszeit vom Alltag gehört aber auch eine individuelle Zeiteinteilung ohne Termindruck. Dazu wünschen sich über die Hälfte (52,6 Prozent) vor allem flexible Essenszeiten. Dafür spricht auch, dass mehr als ein Viertel (26,8 Prozent) eher viele kleine Mahlzeiten bevorzugt. Aber auch das, was auf dem Tisch landet, spielt eine Rolle. So legt mehr als jeder Zweite (51,1 Prozent) Wert auf regionale Lebensmittel. Das bedeutet aber nicht, dass schwere Kost mit Sahnesoße auf dem Teller landen sollte – im Gegenteil wünschen sich 37,9 Prozent leichte und kalorienarme Gerichte aus der Wellnessküche.

Vor allem die junge Generation der bis 29jährigen definiert sich über stetig neue Hypes rund um Ernährungsphilosophien. Superfood, slow food, low carb, seasonal oder natural food – Wellnesshotels sollten Ernährungstrends nutzen, um die junge Zielgruppe mit attraktiven Angeboten anzusprechen. So gehören für mehr als jeden fünften der unter 29jährigen (21,3 Prozent) Kochkurse mit Lebensmittelkunde unbedingt zum Wellnessurlaub dazu (im Vergleich zu gesamt 13,4 Prozent). Bei der Qualität legen sie zudem wesentlich mehr Wert auf Bio-Lebensmittel (28,7 Prozent im Vergleich zu gesamt 24,8 Prozent). Dabei ist ihnen mit 43,3 Prozent weniger wichtig, dass die Lebensmittel aus der Region stammen. Mehr als jeder Sechste (17,3 Prozent) wünscht sich zudem eine Ernährungsberatung zu Foodtrends. Bei den Älteren ist daran allerdings nur jeder Zehnte (10,5 Prozent) interessiert. „Hier liegt eine echte Chance, die junge Zielgruppe abzuholen und die traditionelle Zielgruppe mit neuer Küche zu begeistern. Essen ist immer Anlass für eine Unterhaltung. Und wenn das Essen im Wellnesshotel so richtig gut war, ist das der bester Aufhänger für eine Weiterempfehlung. Das Hotel profitiert so auch von der Mund-zu-Mund-Propaganda“, erklärt Roland Fricke.





Details zur Umfrage:

Die Online-Befragung wurde zwischen Januar und Februar 2017 von beauty24, Wellness-Hotels & Resorts und Trusted Shops durchgeführt. An der Gästenumfrage beteiligten sich 3.535 Gäste.

Über die beauty24 GmbH

Das Online-Portal für Wellnessreisen und Kurzurlaub mit dem Trusted Shops Gütesiegel. beauty24 steht seit dem Jahr 2000 für qualitativ hochwertigen Wellnessurlaub. Das Reiseangebot von beauty24 umfasst Kurzurlaube übers Wochenende ebenso wie ausgedehnte Reisen in Deutschland, Europa und ausgewählten internationalen Destinationen. Alle Wellnessangebote sind sowohl online als auch über das beauty24-Callcenter buchbar. Die Buchung ist nutzerfreundlich, transparent und einfach. Kooperationspartner wie vente-privee, limango, Amazon sowie brands4friends präsentieren ebenfalls zahlreiche Arrangements von beauty24. Über die Wellness-Hotline 030/789 54 0 oder per E-Mail unter service@beauty24.de stehen die Berater für alle Fragen rund um die Buchung persönlich und kompetent zur Verfügung. Weitere Informationen unter <https://www.beauty24.de>

Über die Wellness-Hotels & Resorts GmbH

Die Kooperation der Wellness-Hotels & Resorts ist die erste Adresse für „Wellness im Hotel“ und steht seit 1997 an der Spitze der deutschsprachigen Wellnesshotellerie. Mittlerweile gehören ihr neben den ersten Pionieren sorgfältig ausgewählte, meist inhabergeführte deutsche Wellness-Hotels sowie internationale Partner im 4- und 5-Sterne-Bereich an. Unabhängige Tourismus-Experten prüfen die Mitgliedhotels vor der Aufnahme und dann in regelmäßigen Abständen in allen Bereichen. Dem Qualitätssiegel der Wellness-Hotels & Resorts liegt mit einem knapp dreitägigen Prüfzeitraum das ausführlichste Audit aller vom TÜV Rheinland geprüfter Wellnesanbieter im Markt zugrunde. Weitere Infos zum Qualitätssiegel unter: <http://bit.ly/wellness-qualität>. Der aktuelle Katalog kann online unter www.wellnesshotels-resorts.de und telefonisch unter +49.(0)211.679 69 69 bestellt werden.

Über Trusted Shops

Trusted Shops ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce. Das Kölner Unternehmen stellt mit dem Gütesiegel inklusive Käuferschutz, dem Kundenbewertungssystem und dem Abmahnschutz ein „Rundum-sicher-Paket“ bereit: Anhand von strengen Einzelkriterien wie Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz überprüft Trusted Shops seine Mitglieder und vergibt sein begehrtes Gütesiegel. Mit dem Käuferschutz, den jeder zertifizierte Online-Shop bietet, sind Verbraucher etwa bei Nichtlieferung von Waren abgesichert. Darüber hinaus sorgt das Kundenbewertungssystem für nachhaltiges Vertrauen bei Händlern und bei Käufern. Das Trusted Shops Projekt „Locatrust“ verhilft lokalen Händlern zu echten Bewertungen ihrer Kunden. Damit bietet Trusted Shops lokalen Händlern die Möglichkeit, mehr Sichtbarkeit für ihr Geschäft und ihr Sortiment im Netz zu schaffen, um den Local Commerce zu stärken. Das Projekt wird im Rahmen des Strukturfonds EFRE (Europäische Fonds für Regionale Entwicklung) von der Europäischen Union gefördert. Weitere Informationen: <http://www.trustedshops.de>

Pressekontakt:

markengold PR GmbH
Manja Buschewski
Münzstr. 18, 10178 Berlin
Tel. (030) 219 159 60
beauty24@markengold.de | www.markengold.de